
СТРАТЕГИИ ПОЗИТИВНОЙ ВЕЖЛИВОСТИ В ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНЦЕВ И РУССКИХ (на материале речевого акта *Отказ от приглашения*)

Е.Б. Щелчкова

Кафедра иностранных языков
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена особенностям организации дискурса американцами и русскими в ситуации *Отказ от приглашения*. В ней представлены результаты сопоставительного эмпирического исследования, материалом которого послужили ответные реплики на приглашение, полученные путем анкетирования, проведенного среди 126 американских и 120 русских респондентов. На основании результатов сопоставительного анализа, теоретической базой которого послужили теория вежливости П. Браун и С. Левинсона, а также Принцип вежливости Дж. Лича, делается вывод о том, что в сопоставляемых лингвокультурах отказ входит в зону коммуникативного риска, поскольку наносит урон позитивному лицу приглашающего. Исходя из этого в данной коммуникативной ситуации как американцы, так и русские организуют дискурс, руководствуясь стратегиями позитивной вежливости, которые позволяют минимизировать угрозу позитивному лицу приглашающего и оказать ему коммуникативную поддержку. В то же время сопоставительный анализ выявил и ряд различий в употреблении указанных стратегий, что свидетельствует об их этнокультурной специфике. Знание выявленных особенностей может способствовать повышению дискурсной компетенции как части межкультурной коммуникативной компетенции. Основными методами исследования стали метод контекстуального анализа, дискурс-анализ, экспериментальный, сопоставительный и статистический методы, опрос информантов, метод семантического, квантитативного и квалитативного анализа.

Ключевые слова: позитивное лицо, позитивная вежливость, коммуникативные стратегии, речевой акт, отказ от приглашения.

Постановка проблемы

Является общепризнанным, что для эффективного межкультурного общения только языковых знаний недостаточно. Так, одной из причин неудач при межкультурном общении может стать незнание и непонимание особенностей коммуникативного поведения инокультурного собеседника. Это связано с тем, что представители различных лингвокультур не только говорят на разных языках, но и пользуются языком по-разному: в однотипных коммуникативных ситуациях они совершают разные коммуникативные действия, руководствуясь при этом разными коммуникативными стратегиями [1. С. 259].

Яркий пример тому — приглашение, которое в англоязычных культурах является своеобразным и сложным для понимания речевым актом и может привести к неудачам при межкультурном общении, на что неоднократно указывалось в работах исследователей (см., например, [2—4; 10]).

Также нередки случаи, когда одни и те же коммуникативные стратегии в одних и тех же коммуникативных ситуациях по-разному реализуются представителями различных лингвокультур, что свидетельствует об их этнокультурной специфике. В связи с этим залогом успешного межкультурного общения признается

наличие у коммуникантов не только языковой, но и культурной компетенции, которая, в свою очередь, способствует формированию коммуникативной компетенции, включающей наряду с другими и дискурсную. Последняя предполагает знание особенностей организации дискурса с учетом использования соответствующих коммуникативных стратегий (стратегий вежливости), характерных для представителей конкретной лингвокультуры, в различных коммуникативных ситуациях и контекстах.

Дискурсная компетенция непосредственно связана с прагматической компетенцией. Важнейшим прагматическим фактором, регулирующим общение, является вежливость, которая получила разную трактовку в концепциях различных исследователей. Так, Дж. Лич предлагает рассматривать вежливость как совокупность правил, которыми люди руководствуются при общении. В своей работе *Principles of Pragmatics* [8] он высказывает мысль о том, что собеседники заинтересованы в поддержании бесконфликтного общения, в сотрудничестве друг с другом, и следование принципам вежливости помогает им достигать согласия, избегая разногласий, и таким образом сохранять социальное равновесие и дружелюбные отношения [8. Р. 82]. Он выделяет 6 основных правил, или максим вежливости (максимы такта (*Tact Maxim*), великодушия (*Generosity Maxim*), одобрения (*Approval Maxim*), скромности (*Modesty Maxim*), согласия (*Agreement Maxim*) и симпатии (*Sympathy*), которые позднее пересмотрены им и преобразованы в единую стратегию вежливости (*Grand Strategy of Politeness*) [9. Р. 14].

П. Браун и С. Левинсон [5; 6] рассматривают вежливость как сохранение лица. Вслед за Э. Гоффманом [7] они определяют *лицо* как своеобразный социальный имидж («public self-image»), в сохранении которого заинтересован каждый член общества [5. Р. 66; 6. Р. 61]. Они предлагают различать «негативное лицо» («Negative Face») и «позитивное лицо» («Positive Face»). Под негативным лицом понимается желание каждого взрослого человека иметь свободу действий, недопустимость вмешательства со стороны других («the want to have his freedom of action unhindered») [6. Р. 129], то есть «желание быть независимым»; под позитивным — «желание быть желанным» другими («the want of every member that his wants be desirable to at least some others») [6. Р. 62].

Согласно П. Браун и С. Левинсону, «лицо может быть потеряно, сохранено, улучшено» («Face can be lost, maintained, enhanced») [6. Р. 61]. На основании классификации понятия *лица* они различают два типа вежливости: *позитивную* («Positive politeness») и *негативную* («Negative politeness»), каждый из которых представляет собой определенную систему коммуникативных стратегий: стратегии позитивной вежливости предназначены для удовлетворения позитивного лица партнера по коммуникации, они направлены на установление и поддержание контакта, сокращение интерперсональной дистанции, оказание собеседнику коммуникативной поддержки, демонстрацию внимания и интереса к нему. Стратегии негативной вежливости, наоборот, реализуются с целью удовлетворения негативного лица собеседника, признания его самостоятельности и независимости.

Как Дж. Лич, так и П. Браун и С. Левинсон признают, что вежливость не является универсальным явлением и может проявлять этнокультурную специфику.

Данная статья посвящена особенностям организации дискурса американцами и русскими в ситуации «Отказ от приглашения». С позиции теории вежливости П. Браун и С. Левинсона отказ наносит урон позитивному лицу адресата, что позволяет нам предположить, что, отвечая отказом на приглашение, в целях сохранения позитивного лица собеседника и поддержания гармоничного, бесконфликтного общения, американские и русские коммуниканты используют стратегии позитивной вежливости, направленные на то, чтобы оказать собеседнику коммуникативную поддержку, продемонстрировать внимание и интерес к нему, сократить межличностную дистанцию между приглашающим и приглашаемым. Мы также предполагаем, что стратегии позитивной вежливости имеют особенности употребления в дискурсе представителей сопоставляемых лингвокультур, обусловленные этнокультурными различиями.

Материал и методы исследования

В основу сопоставительного анализа положены данные эмпирического исследования, проведенного в виде анкетирования среди американских и русских информантов. С американской стороны в эксперименте приняли участие в общей сложности 126 человек: белые американцы среднего класса в возрасте от 16 до 77 лет, со средним и высшим образованием, проживающие в более чем 25 американских штатах; с русской стороны — 120 человек в возрасте от 20 до 60 лет, со средним и высшим образованием, жители Москвы и Кировской области.

Информантам было предложено 5 заданий в формате моделирования диалогического дискурса (Dialogue Production Task), которые соответствовали следующим коммуникативным ситуациям:

«You are inviting a close friend of yours to your place to dinner» / «Вы приглашаете близкого друга/подругу к себе домой на ужин»;

«A new neighbor has just moved in and s/he is inviting you to a dinner party s/he is arranging for the neighborhood» / «Новый сосед по дому приглашает вас в гости, чтобы лучше познакомиться»;

«Your Mother (Granny) is inviting you round to dinner» / «Ваша мама (бабушка) приглашает вас на ужин»;

«You've just won the Sales Person of the Year prize and are throwing a dinner party to celebrate it. You're inviting your boss to this party» / «Вы получили солидную премию и хотите отметить это вместе с другими сотрудниками компании. Вы приглашаете своего руководителя на это мероприятие»;

«Your boss is inviting you to his/her place to celebrate his/her anniversary» / «Ваш руководитель приглашает вас на праздник по случаю юбилея».

Предложенные ситуации отличаются друг от друга по одному из следующих признаков — наличие/отсутствие социально-психологической (горизонтальной) и/или статусной (вертикальной) дистанции, а также тональность общения. Так, в ситуации 1 общение проходит в условиях социально-психологической и статусной симметрии между коммуникантами. В ситуации 2 коммуникантов разделяет социально-психологическая (горизонтальная) дистанция, т.к. они не знакомы. В ситуации 3 между собеседниками существует статусная (вертикальная) дистанция,

т.к. у них разный возраст. В ситуациях 4 и 5 представлено общение в деловой, профессиональной сфере между коммуникантами, разделенными статусной (начальник — подчиненный) и социально-психологической дистанцией. Наличие горизонтальной дистанции в последних ситуациях детерминировано индивидуальными особенностями отношений с руководством каждого из информантов.

При анализе материала мы обращали внимание на значение употребленных реплик, их лексико-синтаксическую структуру, степень экспрессивности и количество, то есть длину ответа. Остановимся на наиболее интересных наблюдениях.

3. Результаты эмпирического исследования

Проанализированный материал показал, что при отказе от приглашения американские и русские респонденты продемонстрировали как общие, так и культурно-специфические черты. Так, отказываясь от приглашения, они давали ответы, содержащие одни и те же семантические элементы, а именно:

- выражение невозможности принять приглашение;
- указание причины невозможности принять приглашение;
- извинение;
- предложение (выражение гипотетической возможности) встретиться в другой раз;
- благодарность за приглашение;
- выражение эмоционального отношения к факту приглашения.

Самыми частотными, как в ответах американцев, так и русских, оказались: указание причины отказа, выражение невозможности принять приглашение, а также извинение, что позволяет нам сделать вывод, что данные семантические элементы составляют основу ответов представителей сопоставляемых лингвокультур.

Тем не менее, проведенный анализ выявил и ряд особенностей. Прежде всего они касались частотности употребления указанных реплик. Так, большинство американских коммуникантов (66,2%) при отказе от приглашения сочли необходимым указать причину, по которой они не могут принять приглашение, т.е. именно эта реплика оказалась семантическим ядром ответов американцев. Интересно отметить, что, указывая причину отказа, американцы, как правило, предпочитали не вдаваться в подробности, давали ответы общего характера, ссылаясь на занятость и наличие других планов (*I'm busy / I already have plans*). Такой ответ в нашем материале дали 42% американских информантов, тогда как конкретная причина отказа (*I have to study tonight*) указывалась ими почти в 2 раза реже (24%).

Почти половина американцев (43,3%), отказываясь от приглашения, принесли свои извинения в связи с отказом (*I'm so sorry*), чуть меньше (40,2%) — выразили невозможность принять приглашение (*I can't make it tonight / I am unable to make it*). Следует отметить, что реплики, содержащие выражение невозможности принять приглашение, в американском материале были менее типичны для ситуаций делового общения. Для сравнения, 48% американских информантов прямо сообщили, что не могут принять приглашение, обращаясь к другу/подруге, по 47% — при обращении к новому соседу и маме/бабушке, тогда как при отказе от приглашения

подчиненного и начальника невозможность прямо выразили 33% и 26% информантов соответственно.

В отличие от американских коммуникантов, акцентировавших внимание на причине отказа, русские в своих ответах чаще всего выражали невозможность принять приглашение (65,6%) (*He смогу прийти / He выйдет / He получится*) и лишь затем сообщали причину отказа (59%) (*У меня запланирована поездка к родителям*). При этом в отличие от ответов американских информантов, где невозможность принять приглашение реже выражалась при деловом общении, нежели при повседневном, в ответах русских выражение невозможности встречалась примерно с одинаковой частотностью вне зависимости от контекста общения. Кроме того, если американцы в своих ответах предпочитали не раскрывать причину, по которой они вынуждены отказаться от приглашения, то для русских подобное поведение оказалось менее характерно. Так, в русском материале 33,4% информантов посчитали необходимым назвать конкретную причину отказа (*Давление подскочило, плохо себя чувствую / Нас уже друзья в кино пригласили*), тогда как воздержались от подробностей — 25,6% (*Извини, дела...*).

Примерно треть русских информантов при отказе от приглашения извинялась (*Извини*) (30,2%), а также выражала свое сожаление в связи с невозможностью ответить согласием (*Мне очень жаль / Сожалею*) (28%). В американском материале реплики, выражающие сожаление, встретились в два раза реже (13,12%). Как русские, так и американцы выражали сожаление преимущественно при дистантных отношениях и очень редко — при близких. В ответах американцев сожаление выражалось чаще всего при отказе от приглашения нового соседа (21%), в ответах русских — при отказе, адресованном руководителю (58%), т.е. в ситуациях, связанных с максимальной дистанцией между коммуникантами, а именно: горизонтальной дистанцией у американцев и вертикальной (при общении снизу — вверх) — у русских.

На четвертом месте по частотности употребления, как в американском, так и в русском материале, оказались реплики, содержащие предложения / гипотетическое желание встретиться в другой раз. Их использовали в среднем 22,6% американцев (*Can we set up a time for later? / Another time?*) и 30% русских (*Давай завтра / Давай в другой раз*). Причем в обеих коммуникативных культурах данный семантический элемент встречался преимущественно при бытовом общении, где он был более ситуативно уместен.

Так, предложением встретиться в другой раз сопровождалась ответы 33% американских информантов в ситуации общения с другом/подругой, 28% — с новым соседом, 44% — мамой/бабушкой. Только 6% американцев предложили отметить в другой раз получение премии подчиненным, еще меньше (2%) — юбилей руководителя. В русском материале данный семантический элемент употребили 40% информантов при отказе от приглашения друга/подруги, 50% и 52% — при отказе от приглашения нового соседа и мамы/бабушки. В ситуациях делового общения, отказываясь от приглашения подчиненного и начальника, русские респонденты использовали данный элемент незначительно (7% и 1,4% соответственно).

В обеих коммуникативных культурах благодарность не вошла в число часто употребляемых реплик. В среднем ее выразила пятая часть американских и русских информантов (18% и 22,6% соответственно). При этом наиболее часто информанты выражали благодарность в ситуациях, характеризующихся наличием дистанции между коммуникантами. Так, в американском материале, отказываясь от приглашения начальника, эксплицитно благодарность выразили 24% информантов; отказываясь от приглашения нового соседа — 23%, отвечая отказом на приглашение подчиненного — 20%. При общении близких людей отказ сопровождался благодарностью реже: при отказе другу благодарность выразили 13% американцев, а при отказе маме (бабушке) — только 3%. В русском материале чаще всего информанты благодарили за приглашение нового соседа, т.е. при максимальной социально-психологической дистанции (38%), несколько реже — подчиненного и начальника (33% и 29% соответственно). Что касается общения с близкими людьми, то здесь, в отличие от американцев, русские чаще благодарили маму/бабушку, чем друга (9% и 4% соответственно). В обеих коммуникативных культурах в ситуациях делового общения благодарственные реплики содержали интенсификаторы (*Thank you very much!* / *Thank you so much!* / *Огромное спасибо!* / *Большое спасибо!*).

Реплики с экспрессивной оценкой факта приглашения, положительной эмоциональной реакцией на него, оказались более типичными для американского дискурса. Их использовали в среднем 13,2% американских информантов (*I'd love to!* / *That sounds lovely!* / *That is so thoughtful!* / *That's very nice!* / *That's sounds like fun!*), что в два раза чаще, по сравнению с русскими. Только 7% русских информантов выразили свою положительную эмоциональную оценку факта приглашения и использовали при этом менее разнообразную и экспрессивную лексику (*Я бы с удовольствием* / *Отличная идея!*). Как и при выражении сожаления, американские и русские коммуниканты чаще всего выражали свою эмоциональную оценку в ситуациях, связанных с максимальной дистанцией, а именно: при отказе, адресованном новому соседу (25%), — у американцев и при отказе от приглашения начальника (16%) — у русских. В обеих лингвокультурах экспрессивная оценка реже всего сопровождала отказ от приглашения мамы (бабушки) (5% в американском материале и 1,4% — в русском).

Что касается прямого отказа, то любопытно отметить, что в данном РА прямой отказ (*No* / *Нет*) встретился одинаковое количество раз в ответах и американских, и русских информантов (9% и 9,5% соответственно). При этом в обеих лингвокультурах прямой отказ оказался наиболее уместен при полностью симметричных отношениях между коммуникантами (отказ от приглашения друга/подруги — по 17%). Кроме того, американцы также часто отвечали прямым отказом в случае обращения начальника к подчиненному (13%), русские — при обращении к маме/бабушке (16%). Реже всего прямой отказ сопровождал ответы, адресованные новому соседу, у американцев (3%) и начальнику — у русских (1,4%).

В то же время важно отметить, что в обеих лингвокультурах отказ практически никогда не выступал в качестве самостоятельного ответа и как минимум со-

проводился указанием причины, по которой говорящий не может принять приглашение, и/или благодарностью. Данная особенность находится в полном соответствии со сценарием, предложенным А. Вежицкой, предписывающим в англоязычных культурах не говорить просто «Нет» при выражении отказа:

«In English, when someone indicates that they want something from us we are free to say «No» but not to say just «No»:

I say: No

I don't want you to feel something bad because of this

I will say something more about it because of this» [11].

Как свидетельствует наш материал, данный сценарий характерен и для русской культуры, во всяком случае в рассмотренной нами коммуникативной ситуации.

Среди прочих элементов, присутствовавших в ответах обеих групп информантов, следует отметить реплики, содержащие пожелание приятно провести время, а также поздравления. Так, в американском материале пожелания приятно провести время (*I hope you have a lovely time / I hope it goes well! / Have a great time!*) встретились в ответах 7% американцев при отказе от приглашения нового соседа, а также в 10% и 8% ответов при отказе от приглашения подчиненного и начальника. В ситуациях общения с подчиненным и начальником 20% и 10% американцев соответственно сопровождали свой ответ поздравлением (*Congratulations! Well deserved*). В русском материале пожелания хорошо провести время встретились в ответах 12% информантов при отказе от приглашения подчиненного (*Хорошо вам посидеть!*), поздравления — в 12% ответов при отказе подчиненному и 16% — при отказе начальнику соответственно (*Мои поздравления! / Поздравляю с успехом на трудовом поприще* и др.).

Интересно отметить, что в нескольких случаях в ситуациях делового общения как американцы, так и русские, отметили, что даже если они не смогут физически присутствовать на мероприятии, душой/мысленно они будут среди гостей (*I'll be there in spirit / We have another engagement that evening, but will certainly be thinking of you / Я всецело разделяю ваш праздник, поскольку мыслями я буду с вами в тот вечер*).

Нельзя не остановиться на особенностях выражения отказа в сопоставляемых лингвокультурах, связанных с длиной ответа. Так, в нашем материале, отказываясь от приглашения, и американские, и русские респонденты употребили, как правило, от 1 до 4 реплик. При этом наибольшее число американских информантов использовали в своем ответе 2 реплики (47%) и чуть меньшее количество — 3 реплики (35%). В русском материале, наоборот, наблюдался небольшой перевес в пользу ответов из 3 взаимосвязанных реплик (43,6% против 35%). В среднем 11% американских и 13,2% русских информантов использовали 4 и более реплик. Наиболее часто многословные ответы (4 и более реплик) встречались в ситуациях, протекающих в условиях асимметричных отношений: при отказе от приглашения нового соседа, начальника и подчиненного у американцев и при отказе от приглашения начальника — у русских. Однословным ответом ограничились в сред-

нем по 7% американцев и русских. В американском материале чаще всего односложный ответ встречался при отказе от приглашения подчиненного и мамы (бабушки) (по 10%), реже всего — нового соседа (2%). В ответах русских одна реплика присутствовала чаще всего при отказе, адресованном маме/бабушке (14%), реже всего — руководителю (2%).

Выводы

Опираясь на результаты сопоставительного анализа, мы можем сделать вывод о том, что при отказе от приглашения как американцы, так и русские организуют дискурс, руководствуясь стратегиями позитивной вежливости, направленными на то, чтобы смягчить отказ, который выступает как «социально опасный» акт («Замечайте слушающего, уделяйте внимание ему, его интересам, желаниям, потребностям и т.д.», «Преувеличивайте (интерес, одобрение, симпатию к собеседнику)», «Будьте многословны»).

В данном речевом акте как американцы, так и русские стремятся оказать приглашающему коммуникативную поддержку: демонстрируют ему свою заинтересованность, симпатию, уважение, дают понять, что отказ не является следствием нежелания продолжить общение, но спровоцирован не зависящими от их воли причинами, что свидетельствует о стремлении сохранить лицо, как свое, так и собеседника. В ситуации отказа от приглашения американцы и русские, согласно сценарию А. Вежбицкой, если и говорят *No / Нет*, то обязательно «говорят что-то еще». Однако если первые акцентируют внимание на указании причины отказа (*I have other plans / I'll be working / I'll be out of town all weekend*), то вторые — на невозможности принять приглашение (*Я не смогу / У меня не получится*). Помимо этого, представители обеих лингвокультур приносят свои извинения (*I'm sorry / Извините, пожалуйста*), выражают сожаление в связи с невозможностью принять приглашение (*Unfortunately I can't make it / I wish I could but ... / I'm afraid ... / К моему огромному сожалению...*), предлагают встретиться в другой раз (*What if we do Friday instead? / Rain check? / Как насчет завтра?*), дают преимущественно длинные ответы — из двух, трех и даже четырех реплик.

В то же время существует и ряд особенностей в использовании указанных стратегий американцами и русскими, которые можно объяснить с позиции культурных различий.

Так, согласно нашему материалу, американцы наиболее активно использовали стратегии позитивной вежливости при общении с коммуникантами, с которыми их разделяет горизонтальная дистанция (ситуация общения с новым соседом в нашей анкете), тогда как русские — при вертикальной дистанции при общении снизу — вверх (подчиненный — начальник).

На наш взгляд, данная особенность обусловлена типом культуры. Для американской культуры, являющейся крайне индивидуалистической, характерна исторически сложившаяся длинная социально-психологическая (горизонтальная) и короткая статусная (вертикальная) дистанция между членами общества. В связи с этим при отказе от приглашения, полученного от незнакомого человека (нового соседа), т.е. когда горизонтальная дистанция, разделяющая собеседников, макси-

мальна, американские коммуниканты наиболее активно используют стратегии позитивной вежливости, с тем чтобы не обидеть нового знакомого, продемонстрировать ему свою симпатию, уважение и сократить разделяющую собеседников внушительную горизонтальную дистанцию. В русской культуре, относящейся к коллективистскому типу, горизонтальная дистанция исторически короче, чем в американской, поэтому отношения между русскоязычными собеседниками, даже если они не знакомы или мало знакомы, являются более близкими, а уровень солидарности между ними выше. Это позволяет русским коммуникантам при отказе от приглашения нового соседа прилагать меньшие коммуникативные усилия по сравнению с американцами, что подтверждено нашим материалом.

В то же время для русской культуры типична значительная вертикальная дистанция, власть и статус в ней дают огромное преимущество тем, кто ими обладает, в результате чего обращение нижестоящего собеседника к вышестоящему требует обязательной демонстрации уважения и почитания. В связи с этим при выражении отказа, адресованного руководителю, русские коммуниканты прилагают максимальные коммуникативные усилия, наиболее активно используют стратегии позитивной вежливости, что нехарактерно для представителей американской культуры, в которой, ввиду короткой статусной дистанции, принято не придавать большого значения власти и статусу, и общение в условиях статусной дистанции, даже при обращении нижестоящего к вышестоящему, отличается симметричностью, демократичностью, неформальностью.

Еще одна особенность касается степени экспрессивности ответов американцев и русских: ответы американских коммуникантов оказались более экспрессивными, эмотивными, в них использовалась гораздо более разнообразная, часто гиперболизированная оценочная лексика (*That sounds lovely!* / *That is so thoughtful!* / *That's very nice!*), тогда как ответы русских были в большинстве своем однотипными (*Я бы с удовольствием* / *Отличная идея!*). В данной особенности, на наш взгляд, проявляются такие черты коммуникативного поведения, как гиперболизированная оценочность и коммуникативная аттрактивность, или демонстративная приветливость [1. С. 362], свойственные представителям американской, а также других англоязычных культур, и менее типичные для русской коммуникативной культуры.

Наконец, стремление американских коммуникантов не раскрывать личную информацию при сообщении причины отказа, давая вместо этого ответы общего характера (ссылаясь на занятость и наличие других планов), можно объяснить существованием концепта *privacy*, символизирующего суверенитет, неприкосновенность личности, который является одним из важнейших концептов в англоязычных, индивидуалистических культурах и отсутствует в русской, коллективистской культуре.

Знание отмеченных особенностей организации дискурса позволит русским коммуникантам при общении с американцами в ситуации отказа от приглашения приблизить свое поведение к требованиям американской вежливости, т.е. повысить свою дискурсную компетенцию.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ларина Т.В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. М.: Рукописные памятники древней Руси, 2009.
- [2] *Ларина Т.В., Щелчкова Е.Б.* Речевой акт приглашение и проблемы понимания: межкультурный аспект // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. Т. 11. № 2. С. 73—79.
- [3] *Леонтович О.А.* Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: Монография. М.: Гнозис, 2005.
- [4] *Щелчкова Е.Б.* Ложные приглашения в американской коммуникативной культуре // Вестник РУДН. Серия «Лингвистика». 2013. № 2. С. 99—106.
- [5] *Brown P., Levinson S.* Universals in language usage: politeness phenomena // E. Goody (ed.). Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction. N.Y.: Cambridge University Press, 1978. P. 56—289.
- [6] *Brown P., Levinson S.D.* Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- [7] *Goffman E.* Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. N.Y.: Doubleday, 1967.
- [8] *Leech G.N.* Principles of pragmatics. L.; N.Y.: Longman, 1983.
- [9] *Leech G.N., Larina T.* Politeness: West and East // Вестник РУДН. Серия «Лингвистика». 2014. № 4. С. 9—34.
- [10] *Schneider K.P.* Sociopragmatic Variation and Culture-Dependent Schemata of Linguistic Behaviour. 34th International LAUD Symposium. Cognitive Sociolinguistics: Language Variation in its Structural, Conceptual and Cultural Dimensions. Landau/Pfalz (Germany), 2010. P. 245—275.
- [11] *Wierzbicka A.* Cross-cultural pragmatics: The Semantics of Human Interaction. Second edition. Mouton de Gruyter, 2003.

POLITENESS STRATEGIES EMPLOYED BY AMERICANS AND RUSSIANS WHEN DECLINING AN INVITATION

E.B. Schelchkova

Department of Foreign Languages
Philology Faculty
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russia, 117198

This paper examines the features of discourse Americans and Russians employ when declining an invitation. It contains the results of an empirical comparative study conducted among 126 American and 120 Russian respondents. Based on the Politeness Theory by P. Brown and S. Levinson, as well as the Principle of Politeness by G. Leech, it shows that in both communicative cultures the speech act of declining an invitation is regarded as an act that can threaten the addressee's positive face, which is why it is carried out with the use of positive politeness strategies serving to mitigate a possible face threat. It also reveals a number of differences in the use of the above mentioned strategies by Americans and Russians. Knowing these features can be effective to improve proficiency in discourse and, thus, develop cross-cultural communicative competence. The main research methods used are contextual analysis, discourse analysis, experimental method, comparative and statistical analysis, a survey research, semantic, quantitative and qualitative analysis.

Key words: positive face, positive politeness, communication strategies, speech act, discourse features.

REFERENCES

- [1] *Larina T.V.* Kategorija vezhlivosti i stil kommunikacii: Sopostavlenie angliyskikh i russkikh lingvokulturnykh tradicij (Politeness and communicative styles; comparative analysis of English and Russian language and culture traditions). M.: Rukopisnie pamiatniki drevney Rusi, 2009.
- [2] *Larina T.V., Shelchikova E.B.* Rechevoy act priglashenie i problemy ponimania: mezhkulturny aspect // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsia. 2013. T. 11. No. 2. P. 73—79.
- [3] *Leontovich O.A.* Russkie i amerikantsy: paradoksy mezhkulturnogo obschenia: Monografiya. M.: Gnozis, 2005.
- [4] *Schelchikova E.B.* Lozhnye priglashenia v amerikanskoj kommunikativnoy kulture // Vestnik RUDN. Seria “Lingvistika”. 2013. No. 2. P. 99—106.
- [5] *Brown P., Levinson S.* Universals in language usage: politeness phenomena // E. Goody (ed.). Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction. N.Y.: Cambridge University Press, 1978. P. 56—289.
- [6] *Brown P., Levinson S.D.* Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- [7] *Goffman E.* Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. N.Y.: Doubleday, 1967.
- [8] *Leech G.N.* Principles of pragmatics. L.; N.Y.: Longman, 1983.
- [9] *Leech G.N., Larina T.* Politeness: West and East // Vestnik RUDN. Seria “Lingvistika”. 2014. № 4. P. 9—34.
- [10] *Schneider K.P.* Sociopragmatic Variation and Culture-Dependent Schemata of Linguistic Behaviour. 34th International LAUD Symposium. Cognitive Sociolinguistics: Language Variation in its Structural, Conceptual and Cultural Dimensions. Landau/Pfalz (Germany), 2010. P. 245—275.
- [11] *Wierzbicka Anna.* Cross-cultural pragmatics: The Semantics of Human Interaction. Second edition. Mouton de Gruyter, 2003.